

## Parallellt spår 3 - Strategi

Peter, Jakob, Lotta m.fl.

Det finns en nationell strategi om hållbar besöksnäring från 2021.

Idag finns ett tomrum – vad händer nu?

Finns behov av gemensam inriktning och Sverigebild, liknande Finland, Estland, Norge etc. I Finland är hållbarhet ett nationellt mål och ett krav för att marknadsföras. I Slovenien valde man att marknadsföra sig mot närmarknaden för att minska klimatpåverkan från flygresor.

Utmaning: Avsaknad av samordning som förbereder oss på ökad turism och slitage på våra destinationer.

Många förändringar i Sverige sker idag genom projekt. Hållbarhet bör vara en del av ordinarie verksamhet (i alla sektorer, kommuner, privata företag) – det ska inte hänga på eldsjälar eller vara enskilda projekt.

Ledarskap och riktning är avgörande.

Hållbarhet måste genomsyras i hela verksamheten, vi måste komma ifrån ”vi har en miljöansvarig person som tar hela ansvaret”.

Räkna i gästnätter, pengar, vinst => behov att mäta hållbar framgång på andra vis?

Vi har alla enskilt ansvar för att ställa krav och lyfta vad vi behöver – det kan leda till nya beslut och strategier.

Aktivitet och utveckling behövs på alla nivåer, från SKL till den enskilda företagaren.

Ska vi locka redan medvetna resenärer eller locka resenärer som behöver öka sin medvetenhet?

”Den medvetna resenären” finns på Visit Sweden’s hemsida. Men det är inte en prioriterad målgrupp.

Lokala marknaden – lyfta möjligheter under mörkare årstider.

Premiering av de som arbetar hållbart skapar inriktning och en positiv utveckling.

*Sekreterare: Emma M*